

QUI FAIT LA BEAUTÉ SUR LE WEB?

Si Internet représente une formidable vitrine pour la mode, la beauté n'est pas en reste, traitée à travers des tutoriaux et des conseils par des pros du genre. Voici nos Web-beautystas préférées.

Par **Gabrielle STÉRIN** Natures mortes **Jean-Paul GOFFARD**

PHOTOS: JEAN-PAUL GOFFARD; JAMY LOMBARD/NEW YORK-REDUX/REA; CEDRIC EIBENDER

LES BLOGUEUSES 100 % BEAUTÉ

La cosméto sous toutes ses formes est la grande affaire de ces spécialistes, en France et ailleurs.



EMILY WEISS

Intothegloss.com

La star. Ex-assistante au *Vogue US*, elle se lance en 2010 et là voilà devenue, cinq ans plus tard, une businesswoman riche et célèbre. Aujourd'hui, elle affiche un score de 10 millions de pages vues par mois.

Valeur ajoutée: Emily a tout inventé. Produits analysés à la loupe, immersion dans les salles de bains des tops (Elle Macpherson ou Karlie Kloss), photos exclusives de backstages, interviews de pros et de célébrités (même Kim Kardashian a dit oui), et de vrais articles on line. Très courtisée par les marques (elle a posé pour une pub Sephora), Emily a lancé récemment sa propre ligne de cosméto, baptisée Glossier. Un carton.

AIMEE BLAUT

Theformulablog.com

En 2011, cette ancienne assistante de *Harper's Bazaar US* (désormais installée à Stockholm) lance son blog, qui évoque sensiblement IntoTheGloss. Quatre ans plus tard, Aimee a trouvé son style et une vitesse de croisière de 20000 vues par mois.

Valeur ajoutée: la rubrique «Babes», où des filles cool (de Laure Hériard Dubreuil, cofondatrice du concept store The Webster, à certaines journalistes beauté françaises) dévoilent leurs tips beauté et produits préférés. La rubrique «Experts» donne la parole à des make-up artists, des coiffeurs ou des créateurs de marques. Et la section «Fashion Week» dissèque les tendances beauté des défilés aux quatre coins du globe. Il y a quelques mois, Aimee a même posté les images de ses noces, ultra-glam, façon mariage à l'américaine.





MAI HUA

Superbytimai.com

Color designer de profession (*Grazia* l'invite d'ailleurs de temps en temps à s'exprimer sur une couleur dans ses pages), la jolie Mai a travaillé avec les plus grandes marques de cosmétiques (Dior, Guerlain, Lancôme, etc.). Son blog, lancé en mars 2011, lui permet de parler beauté de manière poétique et inventive. Shall we, beauty?

Valeur ajoutée: la qualité de sa plume et de ses images particulièrement exigeante et son approche, assez décalée. Comme avec la rubrique «20 ans», où l'on commente une photo de soi prise à cet âge hautement symbolique. On aime aussi les vidéos capillaires, la section «Beauty Portrait» et les belles rencontres à y faire, et puis enfin les voyages de Mai... parce qu'il n'y a pas que la beauté dans la vie!



CHRISTINE MIELKE

Temptalia.com

Lancé en octobre 2006, Temptalia est aujourd'hui l'un des plus célèbres cartons de la blogosphère beauté. Il affiche 2,1 millions de visiteurs uniques par mois, qui y consacrent environ 3 minutes 45.

Valeur ajoutée: entre deux tutos make-up, la «Swatch Gallery», une galerie d'échantillons qui permet de sélectionner et comparer des produits «en conditions réelles» via un moteur de recherche (texture, couleur, prix, etc.). A noter aussi: «The Foundation Matrix», un outil bien fichu pour dénicher le fond de teint idéal.



LAUREN CONRAD

Thebeautydepartment.com

A 29 ans, Lauren Katherine Conrad a un CV bien fourni. Actrice, styliste et écrivain, elle tient depuis quatre ans le site The Beauty Department, un «blog-buster» qui compte pas moins de 2 millions de lecteurs par mois.

Valeur ajoutée: ce blog est géré non seulement par Lauren, mais aussi par sa coiffeuse Kristin Ess et sa maquilleuse Amy Nadine. Si la qualité des photos laisse parfois à désirer, les step-by-step (en images plutôt qu'en vidéo, et c'est tant mieux) sont bien pensés. Notre dernier coup de cœur: la Messy Knotted Ponytail.



VICTOIRE DE TAILLAC-TOUHAMI

Thefrenchbeautyclub.com

Créatrice de la regrettée Parfumerie Générale, rédactrice en chef de *Corpus*, celle qui est aussi à l'origine du lancement de la marque Buly a fondé ce blog avec la journaliste beauté Jeanne Deroo.

Valeur ajoutée: l'idée d'une beauté «à la française», avec les signatures de plusieurs plumes triées sur le volet. Le résultat? Des coups de cœur et des conseils de qualité (on a affaire à des pros) servis par un graphisme et des illustrations raffinés. On aime — comme les 6000 visiteurs mensuels — les «quotes» façon mantra: «Le succès est le meilleur déodorant, il élimine toutes vos odeurs passées.» (Elizabeth Taylor).



CAPUCINE PIOT

Babillages.net

Le premier post de Babillages, au départ simple blog d'étudiante, date de 2007. Huit ans après, c'est un «blogzine beauté dédié à toutes les beauty addicts francophones», avec 1,5 million de pages vues chaque mois.

Valeur ajoutée: make-up, coiffure, skincare, bons plans... on y parle tendances, tests, bref tout ce qui passe par la tête de Capucine, avec quatre posts par jour. Elle a même disserté sur le concept 100 % shoppable de *Grazia*, son «magazine féminin préféré de l'univers». Sa fierté: garder une parole libre, malgré ses collaborations régulières avec les marques (six mois après ses débuts, elle signait son premier contrat pub).



LE TOP 3 DES YOUTUBEUSES À SUIVRE



MÉDAILLE D'OR
►Michelle PHAN

Depuis ses débuts en 2007, elle cumule les millions de vues (60 pour *Barbie Transformation!*), a signé une palette pour Lancôme, et lancé sa ligne de make-up et sorti un livre. Sa marque de fabrique? Des métamorphoses spectaculaires (Sailor Moon, Angelina Jolie, Beyoncé...).



MÉDAILLE D'ARGENT
►Kandee JOHNSON

A 36 ans, Kandee ne se prend pas au sérieux. Au compteur: près de 500 vidéos sur sa chaîne YouTube. Experte dans l'art de la transformation, elle se métamorphose en Kylie Jenner, Megan Fox, Angelina Jolie ou La Reine des neiges de Disney. Renversant.



MÉDAILLE DE BRONZE
►Enjoy PHOENIX

Oui, Marie Lopez est jeune (19 ans) pour nous abreuver de conseils en coiffure... Mais une fille capable de rameuter 345 000 followers sur Twitter et d'afficher plusieurs millions de vues pour ses tutos, ça vaut le détour. Qu'on ait la vingtaine, ou plus. ►

PHOTOS: JULIE BERRANGER; SIPA; JEAN-PAUL GOFFARD; DR

LES BLOGUEUSES MULTICARTES

Elles traitent de beauté mais aussi de mode, voyages, et/ou lifestyle, à travers des blogs transversaux, véritables puits d'inspirations.



LISA GACHET

Makemylemonade.com

Avec son blog pepsy (plus de 40000 likes sur Facebook au compteur versus 57000 pour Into The Gloss: une belle performance pour la petite Frenchy), Lisa attire aussi bien les fans de food et de mode que de beauté.

Valeur ajoutée: ses Do It Yourself qui nous apprennent à faire des franges sur nos Converse ou des heabdands pour nos cheveux. On aime aussi ses animations ludiques et les patrons des modèles Wear Lemonade, à acheter sur le site. Le monde de l'édition ne s'y est pas trompé puisque Eyrolles a permis à Lisa de signer en 2013 le livre *Make My Party*. On parle aussi d'un ouvrage à venir sur les tatouages éphémères...



LILI BARBERY-COULON

Ma-recreation.com

Journaliste beauté (à *Vogue Paris* hier, *M Le Monde* aujourd'hui), Lili inaugure en novembre 2010 ce blog qui fait le régal de 25000 visiteurs par mois.

Valeur ajoutée: ses papiers sur les parfums, très soignés (sa spécialité première). On aime aussi les recettes de ses copines trendy (ah, la salade mangue-avocat de Marie Poniowski!) ou sa sélection d'hôtels. Quelle que soit la rubrique, Lili ne recommande que le meilleur. Notre onglet préféré? «Press Trip», pour fouiner dans les vanities des rédactrices beauté.



GWYNETH PALTROW

Goop.com

Mue par l'envie de partager son amour du healthy, la star imagine en 2011 un blog lifestyle pour abreuver le commun des mortels de conseils en tout genre.

Selon le comparateur de trafic SimilarWeb, Goop aurait été visité par 850000 internautes en février.

Valeur ajoutée: à côté de ses city guides, recettes et shoppings beauté/bien-être, l'adepte du «no glu» dévoile son programme détox annuel avec menus clés en main. On a même droit à des scoops (l'annonce de sa rupture avec Chris Martin, en avant-première).



GARANCE DORÉ

Garancedore.fr

Une pionnière. L'illustratrice lance son blog dès 2006, pour s'exprimer librement. On connaît la suite: des millions de pages vues et 314000 abonnés Instagram. Basée à New York, Garance est une star, photographe de mode à ses heures.

Valeur ajoutée: le ton, façon «je parle à mes copines», qui plaît depuis le premier jour. Si la mode reste au cœur de ce blog, la beauté a pris une place de choix. Des posts très sélectifs, avec des natures mortes esthétiques qui donnent envie de tout acheter. ▶

LES SITES DES PROFESSIONNELS

Avec ces coiffeurs et maquilleurs réputés, aussi présents sur les shows qu'auprès des célébrités, le brief est simple: apprendre en s'amusant.

FRED BIRAULT

Cutbyfred.com

Le coiffeur inspiré de Mélanie Laurent et Cécile Cassel (qui intervient régulièrement dans *Grazia*) est devenu en peu de temps le roi des tutos capillaires. Dior l'a bien compris, qui l'a invité dès 2011 à animer sa propre cabine à Cannes.

Valeur ajoutée: ses vidéos de coiffures ravissantes mais faciles à réaliser. Avec un ton aussi fun que ce beau gosse. Exemple: «Hello, mes p'tits bigoudis, aujourd'hui, on se lance dans le platine. La couleur qui fait un peu peur techniquement parce que souvent tu ressorts yellow comme un citron.»



PHOTOS: DR



LISA ELDRIDGE

Lisaeldridge.com

La nouvelle directrice de la création Maquillage de Lancôme s'est occupée d'une kyrielle de célébrités (Bianca Jagger, Claudia Schiffer, Cameron Diaz, Diane Kruger...) et a collaboré avec Shiseido en 1998.

Quand elle lance son blog en 2009, elle n' imagine pas l'ampleur du succès: 400000 visiteurs uniques/mois.

Valeur ajoutée: des tutos où Lisa se met en scène, avec de séduisantes promesses (ex: «Un smoky eye parfait en 3 minutes»). Le blog est aussi une plateforme d'échanges.



WENDY ROWE

Wendyrowe.com

Quand elle n'est pas en train de peaufiner les looks nude de la maison au célèbre tartan, la make-up artist (consultante artistique Burberry Beauty) travaille sur son blog. Un espace bien à elle qui, s'il n'est pas le plus lu (10000 visiteurs par mois), fait partie des mieux édités.

Valeur ajoutée: les articles blindés de tips, les vidéos de backstages et les tutos avec Cara Delevingne (on a les modèles qu'on peut...). Mention spéciale au graphisme, qui donne envie de flâner des heures sur le blog.

#TROUVERLINSPIRATION

On les suit, pour le plaisir des yeux, et pour trouver des idées de coiffure, make-up et nail art.

@tombachik: le «man» icurist L'Oréal Paris et ses modèles de nail art.

@hair_tips_and_tricks: 200 publications au compteur pour se coiffer sans se tirer les cheveux.

@wahnails: des manucures toutes plus folles les unes que les autres.

@patmcgrathreal: grâce à «Queen Pat», make-up artist de génie, on suit le meilleur des backstages.

@kristingallegos: formée par les géants Dick Page et Lisa Butler, la make-up artist sévit dans la presse pointue (*W, V, I-D...*).

@magalibertin: cette pro de la cosméto, créatrice de Beauté Blog et chroniqueuse dans *Le Grand 8*, est du genre incollable.



Magnificent Metals Lip Gloss, **Stila**, 19,99 € sur Asos.fr.



Terrybly Densiliss Compact 3, vanilla sand, **By Terry**, 68 € sur Net-a-porter.com.

TIME TO SHOP

Les bonnes adresses web où se procurer des produits triés sur le volet.

NET-A-PORTER: à l'origine plébiscité pour sa sélection mode et son catalogue de créateurs, le site a étoffé son CV. Sa caution trendy s'étend désormais au domaine de la beauté avec près de 150 marques archi-pointues, dont celle de Miranda Kerr.

ASOS: réputé pour ses collections mode XXL, Asos nous fournit (aussi) en cosmétiques Bliss, Stila, Cowshed ou Tommy Guns. La boutique en ligne, lancée en juin 2000, a même sa marque en nom propre, forcément à prix mini.

THE BEAUTYST: Indemne, Elissance, Tosowoong, Sachajuan, By Terry, Tangle Teezer, Rms Beauty, Rahua... Les marques les plus hype, confidentielles ou pas, sont là. The Beautyst a même créé sa propre ligne de vernis. En collaboration avec de très influentes blogueuses beauté, forcément.

OH MY CREAM!: e-shop uniquement consacré à la beauté et truffé de pépites, Oh My Cream! a été lancé en 2012 par la «*même pas trentenaire mais déjà visionnaire*» Juliette Lévy, «*pour faire le tri, car entre les marques trop luxe et celles pas assez expertes, je ne trouvais pas ce que je cherchais vraiment.*» Outre la vente en ligne, elle propose des vidéos et même un e-magazine au look léché.



Crème Riche Raffermissante Rose du Maroc, **Ren Skincare**, 42 € sur Thebeautyst.com.



Vernis sahara, **Kure Bazaar**, 16 € sur Ohmycream.com.



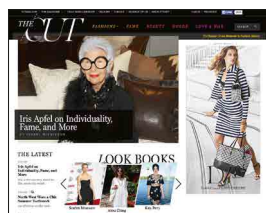
Brosse Compact Rose, **Tangle Teezer**, 16,50 € sur Thebeautyst.com.



Crème pour le Visage Contre les Eléments, **Aesop**, 45 € les 60 ml sur Net-a-porter.com.



THE CUT VS REFINERY 29



Deux sites US font notre bonheur. TheCut, hébergé par le *New York Magazine*, où l'on apprend pourquoi le hamburger est un bon en-cas après le sport et s'il faut tester un soin visage à base de cellules prélevées sur des prépuces de bébés. Bref, de l'investigation et un air de jamais lu. Quant à Refinery 29, «*plateforme d'inspirations pour aider les femmes à vivre une vie plus stylée*» aux 21 millions de visiteurs mensuels, il pointe les meilleures tendances. Avec de la beauté à 360°. On like.

